

ILLES BALEARS

La presencia balear en la World Travel Market costará 25.000 € más

El Pacte incrementa el gasto en la feria de Londres hasta los 250.000 € tras cuatro años de bajadas

HUGO SÁENZ PALMA

Después de cuatro años consecutivos de reducción del gasto en la presencia balear en la feria turística de Londres, la World Travel Market (WTM), en 2015 se invertirá la tendencia y las Islas gastarán un 11,1% más por acudir a este escaparate mundial del turismo. El coste total de la participación de Baleares «en esta feria se sitúa en torno a los 250.000 euros», tal y como anunció ayer el Govern en un comunicado.

La cifra supone 25.000 euros más que en 2014, cuando el anterior Ejecutivo destinó unos 225.000 euros a este fin. Y eso a pesar de que Baleares sigue yendo a la WTM de la mano de Turespaña, lo que hace que el stand sea muy similar al del año pasado, es decir, de unos 350 metros cuadrados.

Además, como novedad este año, también acudirán representantes del Consell de Mallorca, institución inédita en Londres en los últimos años, ya que delegaba en el Govern. Una presencia, por corta que sea, que también subirá la factura final que pagará el ciudadano. El Consell de Ibiza por su parte, volverá a ir por libre y de manera independiente, tal y como hacía en la anterior legislatura.

La feria, que arranca el lunes, servirá para que Baleares pueda vender sus bondades en el mercado británico, su segundo más importante. El turismo deportivo y la gastronomía serán los ejes centrales de la promoción que se llevará a cabo durante esos días y en la que las autoridades baleares se reunirán con diferentes entidades turísticas y touroperadores.

DATOS

250.000 €

La participación. Es lo que costará a Baleares participar en la feria londinense, a la que acude cada año. Son 25.000 euros más que el año pasado, lo que supone un incremento del 11,1%.

350 M²

Superficie. El espacio de Baleares en la feria será muy similar al de 2014, de unos 350 metros cuadrados y dentro del stand de Turespaña.

El stand balear dispondrá de cuatro áreas de atención al público diferenciadas para Mallorca, Menorca, Ibiza y Formentera, cada una de ellas con dos mostradores

en los que exponer la oferta turística de cada una de las cuatro islas, así como una sala de reuniones. En el espacio de Mallorca se dispondrá de un mostrador adicional destinado a la Fundación Turismo Palma de Mallorca 365 que acude a la feria en calidad de coexpositor.

El stand contará con la presencia de importantes figuras deportivas de interés para los británicos. Se trata del corredor ciclista británico Sir Bradley Wiggings, el irlandés Sean Kelly y el ultracorredor escocés Morgan Casey, último ganador de la Trail Menorca Costa Nord.

El stand balear dispondrá de cuatro áreas de atención al público diferenciadas para Mallorca, Menorca, Ibiza y Formentera, cada una de ellas con dos mostradores

Menorca prepara proyectos para ser financiados con la ecotasa

MAHÓN

La presidenta del Consell de Menorca, Maite Salord, anunció ayer que el equipo de gobierno prepara futuros proyectos para obtener financiación con cargo al nuevo impuesto del turismo sostenible.

«Tenemos muchos ámbitos susceptibles para ejecutar proyectos que impulsen un turismo sostenible en Menorca», declaró Salord, que puso como ejemplos el Camí de Cavalls, la Reserva de la Biosfera, el parque natural de la Albufera des Grau, posibles actuaciones en el Lazareto de Mahón y la candidatura Menorca Talayótica a Patrimonio de la Humanidad.

Maite Salord realizó estas manifestaciones tras reunirse con el vicepresidente del Govern balear, Biel Barceló, informa la agencia Efe.

«Las empresas familiares generan mayor rentabilidad con menor riesgo»

La UIB acoge la VIII Jornada de la Cátedra Banca March de Empresa Familiar / El prototipo de compañía mejor gobernada es grande, joven y con su fundador presente

MARINA BERENGUER PALMA

La Universitat de les Illes Balears (UIB) acogió ayer la VIII Jornada de la Cátedra Banca March de la Empresa Familiar, en la que se puso de manifiesto el gran peso que tienen estas compañías a escala global y

que las que cotizan en bolsa obtienen mayor rentabilidad asumiendo menos riesgos. En España el 90% de las compañías son familiares y generan cerca de un 70% de los empleos, según datos extraídos del último Congreso de Empresa Familiar.

El director de Estrategia de Mercado de Banca March, Alejandro Vidal, explicó la importancia del entorno económico a la hora de tomar decisiones sobre futuras inversiones. Para Vidal, factores como la política monetaria, el producto interior bruto (PIB), las divisas y los tipos de interés, entre otros, ayudan a seguir las tendencias del sector. Además, consideró que es muy importante realizar un estudio real de la situación del mercado a la hora de emprender negocios.

Por su parte, la profesora del IE Business School, Cristina Cruz, desglosó tres estudios que destacan que las empresas familiares que cotizan en bolsa generan una mayor rentabilidad con un riesgo menor; apuestan más por el largo plazo, han destruido menos empleo durante la crisis, son más estables, generan más valor y buscan una «riqueza socioemocional».

Aun así, Cruz matizó que dichas compañías son más rentables hasta cierto punto, ya que si el control familiar de la empresa es superior a un 40-45%, puede generarse «un abuso de poder de los grandes inversores hacia los más pequeños» o bien, «un riesgo de atrincheramiento en una silla del Consejo de Administración».

El estudio también desveló que las empresas familiares suelen estar peor gobernadas que las priva-



Los participantes en la cátedra Banca March de Empresa Familiar. C. FORTEZA

Las empresas de este tipo buscan lograr una «riqueza socioemocional»

das pero son capaces de obtener mejores resultados aunque suelen ser menos transparentes. De hecho, el prototipo de compañía mejor gobernada debe ser grande, joven y con su fundador aún presente.

Por último, la adjunta a la dirección general del Grupo Cosentino, Pilar Martínez-Cosentino, desveló algunos de los factores que han llevado a su empresa familiar a diferenciarse de sus adversarios. En

concreto, recaló la importancia de la internacionalización debido a que no se puede depender de un solo mercado y que hay que salir a buscar a los clientes. De hecho, el 95% de sus ventas son fuera de España.

Parte de su éxito se debe a que han posicionado su producto —material de construcción— en el mercado con una perspectiva totalmente distinta, es decir, como si fuera un «producto de moda», señaló Martínez-Cosentino, añadiendo que destinan más de un 7% al marketing y cuidan mucho la marca.

Además, valoran mucho el equipo humano. La mayoría es gente «muy joven en lugares muy deslocalizados» que «sientan el proyecto como suyo y reflejan el ADN de la empresa», concluyó.

E endesa

Comunica a sus clientes y público en general que, con la finalidad de mejorar la calidad del servicio eléctrico, deberá interrumpir temporalmente el suministro de energía eléctrica.

03/11/2015

Descargo Nº: 757787 de 08:40 a 12:30

Municipio: CIUTADELLA DE MENORCA

Calles: CALAN BLANES HTO, CALAN BLANES 1/, CALAN BLANES 10/, CALAN BLANES 2/, CALAN BLANES 3/, CALAN BLANES 4/, CALAN BLANES 5/, CALAN BLANES 6/, CALAN BLANES 7/, CALAN BLANES 8/, CALAN BLANES 9/, CARRERO DE SAPUNTA, RD/ DE SA PUNTA-CALAN BLANES, POBLADO CALAN BLANES, RONDA DE SA PUNTA, AV/ SIMON DE OLIVAR Y TORRE DE L'AIGUA.

Descargo Nº: 758651 de 08:30 a 14:40

Municipio: FERRERIES

Calles: CTRA.CALA GALDANA.

Descargo Nº: 758773 de 08:45 a 11:00

Municipio: CIUTADELLA DE MENORCA

Calles: AV/ CALA BLANCA, DELFINES P3 M-III, DELEINES P3 M-IV, DELFINES P3 M-V, DELFINES P3 M-VI Y AV/ LLEVANT DE CALA BLANCA.

Descargo Nº: 760775 de 12:00 a 15:00

Municipio: FERRERIES

Calles: P INDUSTRIAL Y TRENCADORS.